



Examining Obstacles and Problems of Financial Support for Sports in Schools (Case Study: Kohgiluyeh province and Boyer Ahmed)

Ali Karimi^{1*}, Javad Jahan², Meysam Rezaei³

1. Assistant Professor, Sports Management Department, Payam Noor University, Tehran, Iran (corresponding author).
2. PhD, Department of Educational Sciences, Farhangian University, Tehran, Iran.
3. MA, Department of Sports Management, Payam Noor University, Ilam, Iran

❖ Corresponding Author Email: alika60@pnu.ac.ir

Journal Info:

Volume 1, Issue 1 Winter 2022
Pages: 33-44

Article Dates:

Receive: 2022/12/07
Accept: 2023/02/12
Published: 2023/03/16

Keywords:

Investment in Relationship
Marketing, Brand Trust, Sports
Group, Satisfaction

The aim of this research was to examine the obstacles and problems of financial support for sports in schools in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces. In terms of purpose, application, and in terms of data collection, the current research is descriptive of the survey type. The statistical population of the research includes all the high education managers of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, university professors who are active in the field of sports management and famous sports sponsors in the level of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces with a number of 830 people, based on Morgan's table, 263 people They were chosen as the statistical sample of the research. The research tool was researcher-made questionnaires. SPSS25 software was used for data analysis. All hypotheses have been tested at the $p \leq 0.5$ level. The findings showed that the critical value of the test is 4.25 and more than 1.96, so there are marketing barriers, then legal barriers, then social-cultural barriers, then political barriers and then managerial barriers in financial support for sports in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces. It has a significant effect. Legal barriers and then political barriers have the greatest impact on financial support for sports in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, and administrative barriers have the least impact on financial support for sports in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces.

Article Cite:

Karimi A, Jahan J, Rezaei M. (2022). Examining Obstacles and Problems of Financial Support for Sports in Schools (Case Study: Kohgiluyeh province and Boyer Ahmed), *Dynamic Management and Business Analysis*. 1(1): 33-44



[10.22034/dmbaj.2024.2025100.1025](https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2025100.1025)



Creative Commons: CC BY 4.0



بررسی موانع و مشکلات حمایت های مالی از ورزش در مدارس (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویر احمد)

علی کریمی^{۱*}، جواد جهان^۲، میثم رضایی^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

۲. دکتری تخصصی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

۳. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایلام، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: alikarimi60@pnu.ac.ir

اطلاعات نشریه:

دوره ۱، شماره ۱، زمستان ۱۴۰۱

صفحات: ۳۳-۴۴

تاریخ های مقاله:

دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۴

پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۳

انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۲۵

واژگان کلیدی:

سرمایه گذاری بر بازاریابی رابطه مند، اعتماد

برند، مجموعه ورزشی، رضایتمندی

هدف از پژوهش حاضر بررسی موانع و مشکلات حمایت های مالی از ورزش مدارس استان کهگیلویه و بویر احمد بود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر چگونگی جمع آوری داده ها توصیفی از نوع پیمایشی به شمار می آید. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران عالی آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویر احمد، استادان دانشگاهی که در حوزه مدیریت ورزشی فعالیت دارند و حامیان مالی ورزشی معروف در سطح استان کهگیلویه و بویر احمد با تعداد ۸۳۰ نفر می باشند که بر مبنای جدول مورگان ۲۶۳ نفر به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه های محقق ساخته بود. جهت تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS25 استفاده شد. کلیه فرضیه ها در سطح $p \leq 0/05$ آزمون شده اند. یافته ها نشان داد که مقدار بحرانی آزمون ۴/۲۵ و بیشتر از ۱/۹۶ است، بنابراین بعد موانع بازاریابی، بعد موانع قانونی، بعد موانع فرهنگی - اجتماعی، بعد موانع سیاسی و بعد موانع مدیریتی در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر معناداری دارد. موانع قانونی و بعد از آن موانع سیاسی بیشترین تأثیر را در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد دارد و موانع مدیریتی کمترین تأثیر را در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد دارد.

استناد به مقاله:

کریمی ع، جهان ج، رضایی م. (۱۴۰۲). بررسی موانع و مشکلات حمایت های مالی از ورزش در مدارس (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویر احمد)، مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار. ۱(۱): ۳۳-۴۴.



مقدمه

ورزش امروزه در تمامی جوامع و از جمله در کشور ما ایران، گسترش فراوانی یافته است. تمرین و فعالیت بدنی منظم در تمامی دوره های زندگی به ویژه در دوران کودکی و نوجوانی نقش مهمی در تعیین تندرستی و سبک زندگی آتی افراد دارد. چرا که شناخت استعدادها و توانایی های بدنی در این دوره شکل گرفته و طی زندگی آتی فرد تکمیل می شود (جهان تاب نژاد، ۱۳۹۶). آموزش و پرورش به عنوان یکی از ارگان های اساسی نقش مهمی در سلامت افراد جامعه و رشد و پیشرفت آن ایفا می کند. می توان با گسترش فعالیت های تربیت بدنی و ورزش در مدارس سطح توانایی های جسمانی، روانی و قوای عقلانی دانش آموزان را افزایش و تنش های روانی و جسمانی آن ها را کاهش داد (محمودی، ۱۳۹۶). آموزش ورزش در دوران تحصیلی می تواند به نحوی اثربخش به دانش آموزان کمک کند تا چگونگی مشارکت در مسابقات و رقابت های ورزشی را بیاموزند. علاوه بر این ورزشی که پایه و اساس آن بر مدرسه باشد فرصت خوبی است برای معلمان که به طور معمول صلاحیت دارند و مهارت های چگونگی زیستن و علم و دانش را به گونه ای سازمان یافته به همه کودکان در محیطی امن و حمایت کننده بیاموزند. مهارت های حرکتی پایه تقریباً پایه و اساس همه فعالیت های بدنی و ورزشی را تشکیل می دهند (غفوری و همکاران، ۱۳۸۲). بررسی رکوردها و نتایج قهرمانان برتر و نخبه جهان مبین آن است که اکثریت رکوردها مربوط به آن دسته نظام های ورزشی است که دارای برنامه ای جامع، علمی و نظام مند برای تربیت ورزشکاران نخبه و سطح بالا هستند. اگر رشد و تکامل یک انسان، تامین نیازهای او تلقی شود و تامین نیازهای یک انسان را نیز زمینه مساعد برای شناخت استعداد و بارورکردن و به شکوفایی رساندن آنها بدانیم، به این حقیقت می توان پی برد که از نظر فلسفی، علمی و تحقیقاتی، حرکت، ورزش، بازی و فعالیت های جسمانی از عوامل مهم تاثیرگذار در رشد و تکامل طبیعی هر فرد می باشند و در مسیر رشد و تکامل انسان باید استعدادهای نهفته در درون او را شناخت و بارور کرد. بنابراین، بهترین محیط برای تحقق این امر مدرسه و بهترین دوره برای بارورکردن آن دوره نوجوانی و جوانی و یکی از بهترین وسایل برای شکوفاکردن آن، ورزش و بازی است (محمودی، ۱۳۹۶). از بین سازمان ها و دستگاه های اجرایی کشور، آموزش و پرورش به عنوان یکی از حساس ترین دستگاه های کشور می باشد که سهم بسزایی در فراهم کردن جامعه ای سالم با آینده ای روشن ایفا می کند. همه افراد جامعه در دوران طلایی فراگیری خود، از دبستان تا پایان دبیرستان، وارد این کارگاه عظیم و قرنطینه عمومی می شوند (قاسمی، ۱۳۸۹). دارا بودن ویژگی های مثبت بوجود آمده از ورزش در دانش آموزان از مسائل مهمی است که یکی از اهداف برنامه ریزان و مسئولین این سازمان می باشد (دی کوربی و همکاران، ۲۰۰۵). نهادهای بالادستی ورزش و تربیت بدنی در سطح حکومتی، مجلس و دولت و شوراهای عالی در ایران با توجه به اهداف و وظایف کلان و خرد تا حدودی به ورزش و تربیت بدنی و به ویژه ابعاد فرهنگی - اجتماعی و تربیتی آن اشاره داشته اند (آقاپور و همکاران، ۱۳۹۰). در سطح بین المللی، ورزش یازدهمین رتبه را در بین صنایع عمده مختلف دارا ست. صنعت ورزش، بخش هایی نظیر کالاهای ورزشی، بازاریابی، سرپرستی اجرا و حمایت مالی، ورزش های حرفه ای، پوشاک ورزشی، رسانه های ورزشی و ورزش های تفریحی را در بر می گیرد و هر ساله در حال رشد است (قبرری فیروز آبادی و همکاران، ۱۳۹۶). امروزه ورزش همان قدر که عملی است جنبه تماشا نیز دارد، فعالیتی است که صرف کالاها و سرویس خدمات را به خود جلب می کند. آن کالاهایی که در زمینه ورزش مورد احتیاج هستند و حتی آن هایی که به طور غیر مستقیم در خدمت ورزش قرار می گیرند، خواه نا خواه باید تهیه و تولید شوند. در یک اقتصاد سرمایه داری، فعالیت ورزشی، چه جنبه نمایشی داشته باشد یا نداشته باشد. مصرف اموال و خدمات را ایجاد می کند و به دنبالش به بازار صنعت ورزش و اقتصاد در تعامل با یکدیگرند از یک طرف دولت ها و شرکت های خصوصی با سرمایه گذاری در امر ورزش می توانند از منابع بسیار بهره مند شوند و از طرف دیگر ورزش در جنبه های مختلف توسعه اقتصادی آنها می تواند نقش مؤثری داشته باشد (سیدباقری و شریفیان، ۱۳۹۶). یکی از راههای تأمین بودجه کافی جهت انجام فعالیت های ورزشی به ویژه فعالیت های قهرمانی جذب شرکت ها و سازمانها جهت حمایت مالی است. امروزه شرکت ها حمایت مالی را به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی محسوب می کنند و تمایل دارند از این طریق آگاهی از خدمات شرکت را افزایش دهند (مناگان، ۲۰۰۱). حمایت مالی وسیله بسیار مهمی برای ارتباط بازاریابی است که برای رسیدن به تبلیغات مطلوب برای یک شرکت و زیر شاخه های آن مؤثر بوده و با حمایت از یک فعالیت به طور غیر مستقیم به تجارب شرکت مربوطه کمک می کند (آرین و همکاران، ۱۳۹۷). تجاری شدن رشته ورزشی را نمی توان به عنوان یک ورزش در نظر گرفت ولی باعث بازار بزرگ کاری اشتغال می شود. در واقع یکی از مهم ترین و مؤثرترین عناصری که موجب پیوند رویدادهای ورزشی و اقتصاد شده است، موضوع حمایت مالی ورزشی به عنوان یک روش تبلیغاتی برای شرکت های حامی مالی است (رضانی نژاد همکاران، ۱۳۹۵). موضوع حامیان مالی به دلیل تأثیرات بسزایی که در توسعه اقتصادی صنعت ورزش به همراه داشته است همواره مورد توجه محققان بوده است. جیوونگ کو به شرایط و نظام اقتصادی کشورها به عنوان عامل مهمی در جذب حامیان مالی اشاره می کند. به عنوان مثال، وی وجود ساختار رقابتی در اقتصاد کشورها را به عنوان یک عامل محرک برای توسعه حمایت مالی از ورزش می داند. (جیوونگ کو، ۲۰۰۶). حمایت مالی به عنوان یکی از عناصر ارتباطات بازاریابی عبارت است از فراهم نمودن منابع مالی، انسانی و تجهیزاتی به وسیله یک سازمان یا شرکت (حامی مالی) به طور مستقیم برای حمایت شده (مانند یک تیم ورزشی، شخصیت ورزشی، رویداد ورزشی و...) تا از طریق فعالیت های حمایت شده،

صنعت ورزش با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره گیری از فرصت های تبلیغاتی و رسانه ها را فراهم نموده است که این موضوع خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل مابین صنعت، تجارت و ورزش گردیده است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۷). گراتون و تیلاور^۴ (۲۰۰۰)،

^۱ De Corby^۲ Meenaghan^۳ Gi, Yong Koo^۴ Gratton & Taylor

حمایت مالی ورزشی را حمایت از یک ورزش، رویداد ورزشی، سازمان ورزشی یا رقابت توسط یک شخص یا شرکت برای کسب منافع یا سود دوجانبه برای هر دو طرف قرار داد می‌دانند. از سویی هرناندز و آکوستا^۵ (۲۰۰۲) واژه حمایت مالی شرکتی را به کار برده و آن را شناساندن محصول، نام یا آرم شرکت با استفاده از وجهه و تصویر بخش‌های مختلف مرتبط با ورزش تعریف می‌کند. امروزه شرکت‌های تجاری و صاحبان صنایع مختلف دریافته‌اند که حمایت مالی می‌تواند به منزله یک ابزار تبلیغاتی قدرتمند برای آنها عمل کند. در واقع یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین عناصری که موجب پیوند رویدادهای ورزشی و اقتصاد شده است، موضوع حمایت مالی ورزشی به عنوان یک روش تبلیغاتی برای شرکت‌های حامی مالی است (سیدعامری و همکاران، ۱۳۸۸).

حمایت مالی ورزشی می‌تواند یک روش ارزشمند برای رسیدن به بازار جدید و حفظ موجودی مشتریان باشد. حمایت مالی ورزشی پدیده فرایند فروش را افزایش دهد. گرایش‌ها را تغییر دهد، آگاهی‌ها را بالا برد و روابط با مشتریان را دائمی سازد. در دنیای امروز شرکت‌ها ترجیح می‌دهند که از حمایت مالی ورزشی به عنوان یک زبان بین‌المللی استفاده کنند، به خصوص در ورزشهای پر طرفدار که بینندگان جهانی و ملی دارد و فراتر از سد زبان و فرهنگ حرکت می‌کند (بنار و همکاران، ۱۳۹۳). بدون شک نظام آموزشی هر کشور می‌تواند سهم بزرگی در توسعه ورزش و شناخت استعدادها داشته و به رشد ورزش قهرمانی کمک کند اما با توجه به ساختار آموزشی کشور در عمل کارایی و اثربخشی این سیستم چشم‌گیر نیست، لذا به نظر می‌رسد که شناسایی علل این ضعف و الویت‌بندی موانع پیش روی آن می‌تواند کمک شایانی به رفع آنها و ارائه راهکارهای موثری در زمینه بالابردن مشارکت و حمایت همه‌جانبه از فعالیت‌های ورزشی مدارس گردد. در پژوهش حاضر سعی شده است تا با انجام یک مطالعه علمی و نظام‌مند، موانع حمایت مالی از ورزش مدارس استان کهگیلویه و بویر احمد مورد شناسایی و اولویت‌بندی قرار گیرد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع تحقیق‌های کاربردی است و از لحاظ شیوه‌ی گردآوری اطلاعات پژوهشی توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران عالی آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویراحمد، استادان دانشگاهی که در حوزه مدیریت ورزشی فعالیت دارند و حامیان مالی ورزشی معروف در سطح استان کهگیلویه و بویراحمد با تعداد ۸۳۰ نفر می‌باشند که بر مبنای جدول مورگان ۲۶۳ نفر به عنوان نمونه آماری تحقیق حاضر انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری بصورت تصادفی است. در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته ۱۴ سوالی با سؤالات بعد موانع بازاریابی (۱-۴)، بعد موانع قانونی (۵-۷)، بعد موانع فرهنگی - اجتماعی (۸-۱۰)، بعد موانع سیاسی (۱۱-۱۲) و بعد موانع مدیریتی (۱۳-۱۴)، بصورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. الف) روش توصیفی: از این روش جهت ویژگی نمونه آماری و بیان مشخصه‌های توصیفی متغیرهای پژوهش و... استفاده می‌شود. در نهایت با بکارگیری تی‌تک نمونه‌ای و مدل رگرسیون و به طور اخص آماره تی با استفاده از نرم افزار SPSS25 جهت بررسی مسیرهای مشخص شده مطابق با مدل مفهومی بهره گرفته خواهد شد.

یافته‌ها

نتایج یافته‌های توصیفی نشان داد:

بیشترین پاسخ‌دهندگان مربوط به گروه مردان با ۷۶/۴ درصد و نیز مدرک تحصیلی بیشتر آنها لیسانس با ۶۳/۱ درصد بود که به لحاظ سابقه فعالیت در حوزه ورزش دانش‌آموزی اکثریت پاسخ‌دهندگان در ۱۰ تا ۲۰ سال می‌باشد.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

بعد	سوالات مربوطه	آلفای کرونباخ
موانع بازاریابی	۱-۴	۰/۸۱
موانع قانونی	۵-۷	۰/۷۸
موانع فرهنگی - اجتماعی	۸-۱۰	۰/۷۰
موانع سیاسی	۱۱-۱۲	۰/۷۲
موانع مدیریتی	۱۳-۱۴	۰/۷۴
کل	۱-۱۴	۰/۸۶

با توجه به اینکه آلفای کرونباخ در این پژوهش برای همه متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷۰ است. بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است.

جدول ۲. نتایج توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر تحقیق	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
موانع بازاریابی	۳.۰۹	۳.۰۹	۳.۰۹	۳.۰۹
ورزش مدارس قابلیت درآمد زایی مناسبی ندارد.	۳.۰۴	۳.۰۴	۳.۰۴	۳.۰۴
ورزش مدارس پوشش رسانه ای مناسبی نمی شود.	۲.۹۲	۲.۹۲	۲.۹۲	۲.۹۲
برندسازی از طریق سرمایه گذاری در ورزش مدارس مقدور نیست.	۳.۳۸	۳.۳۸	۳.۳۸	۳.۳۸
رویدادهای ورزشی در حوزه ورزش مدارس مخاطب چندانی ندارد.	۲.۷۶	۲.۷۶	۲.۷۶	۲.۷۶
موانع قانونی	۳.۰۱۸	۳.۰۱۸	۳.۰۱۸	۳.۰۱۸
در تشویق بنگاههای اقتصادی برای سرمایه گذاری در ورزش مدارس خلأ قانونی وجود دارد.	۳.۰۲۴	۳.۰۲۴	۳.۰۲۴	۳.۰۲۴
حقوق مالکیت معنوی حامیان مالی حفظ نمی شود.	۳.۰۳	۳.۰۳	۳.۰۳	۳.۰۳
چارچوب های قراردادی مشخص و دقیقی برای همکاری مدارس با حامیان مالی در حوزه ورزش وجود ندارد.	۳.۰۳۶	۳.۰۳۶	۳.۰۳۶	۳.۰۳۶
موانع فرهنگی - اجتماعی	۳.۰۴۲	۳.۰۴۲	۳.۰۴۲	۳.۰۴۲
جامعه ایران هنوز به اهمیت ورزش مدارس واقف نیست.	۳.۰۴۸	۳.۰۴۸	۳.۰۴۸	۳.۰۴۸
حامیان مالی از مسئولیت اجتماعیشان در حوزه ورزش مدارس غافل هستند.	۳.۰۵۴	۳.۰۵۴	۳.۰۵۴	۳.۰۵۴
جامعه با تنش ها و بحرانهای اقتصادی شدیدی مواجه می باشد که توجه به ورزش مدارس را تقریباً غیرممکن ساخته است.	۳.۰۶	۳.۰۶	۳.۰۶	۳.۰۶
موانع سیاسی	۳.۰۶۶	۳.۰۶۶	۳.۰۶۶	۳.۰۶۶
تحریمهای بین المللی علیه ایران بر روی همه جنبه ها ورزشی از جمله ورزش مدارس تأثیرگذار بوده است.	۳.۰۷۲	۳.۰۷۲	۳.۰۷۲	۳.۰۷۲
وزارت آموزش و پرورش در برقراری ارتباطات سیاسی و حاکمیتی با دیگر وزارتخانه ها و نهادهای ضعیف می باشد.	۳.۰۷۸	۳.۰۷۸	۳.۰۷۸	۳.۰۷۸
موانع مدیریتی	۳.۰۸۴	۳.۰۸۴	۳.۰۸۴	۳.۰۸۴
متولیان ورزش مدارس در استان کهگیلویه و بویر احمد به اصول و راهکارهای جذب حامیان مالی واقف نیستند.	۳.۰۹	۳.۰۹	۳.۰۹	۳.۰۹
عدم ثبات مدیریتی باعث بی میلی حامیان مالی جهت سرمایه گذاری در ورزش مدارس استان کهگیلویه و بویر احمد شده است.	۳.۰۹۶	۳.۰۹۶	۳.۰۹۶	۳.۰۹۶

توصیف بررسی موانع و مشکلات (موانع بازاریابی، موانع قانونی، موانع فرهنگی - اجتماعی، موانع سیاسی، موانع مدیریتی) در جهت حمایت های مالی از ورزش در مدارس و شاخص های آن نشان می دهد که متغیر مورد بررسی دارای میانگین در حد متوسط (عدد وسط طیف لیکرت ۳ می باشد) برآورد شده اند. بنابراین نشان می دهد که از دید مدیران تأثیر این موانع و شاخص های آن در حد متوسط هستند. قدرمطلق ضرایب چولگی و کشیدگی نیز همان طور که مشخص است برای این متغیر در بازه (۲ و -۲) شده است که بیانگر عدم انحراف توزیع و منحنی متغیر در مقایسه با یک توزیع نرمال است.

تحلیل استنباطی یافته ها

در آمار استنباطی به منظور اثبات یا رد فرضیات تحقیق از آزمون های زیر استفاده شده است:

تحلیل عاملی داده های پرسشنامه (بررسی ضرایب عاملی)

قبل از تجزیه و تحلیل فرضیه های تحقیق، ضرایب عاملی سوالات مرتبط با متغیرها مورد بررسی قرار می گیرد تا معتبر بودن داده ها برای تجزیه و تحلیل بررسی گردد. در بررسی ضرایب عاملی از روش تحلیل عاملی استفاده می شود تا بتوان بار عاملی هر مولفه (سوال پرسشنامه) بدست آید.

• روش KMO

در صورتی که KMO کمتر از ۰/۵ باشد داده ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد، داده ها متوسط بوده و اگر مقدار این شاخص، بزرگتر از ۰/۷ باشد همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود.

• روش بارتلت

آزمون بارتلت، این فرضیه را که ماتریس همبستگی مشاهده شده متعلق به جامعه ای با متغیرهای نایسته است، می آزماید. برای اینکه یک مدل عاملی، مفید و دارای معنا باشد لازم است متغیرها همبسته باشند. به همین دلیل است که قبل از تحلیل عاملی بایستی به تشکیل ماتریس همبستگی بین متغیرها اقدام کرد. ماتریس همبستگی ماتریسی مربعی از ضرایب همبستگی متغیرها با یکدیگر است.

جدول ۳. نتایج آزمون KMO و بارتلت

KMO آزمون		۰/۸۷
آزمون بارتلت	آماره کای دو	۱۱۲/۶۹
	درجه آزادی	۹۱
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰

مقدار KMO برابر ۰/۸۷ می باشد در نتیجه داده های تحقیق قابل تقلیل به تعداد عامل های زیر بنایی و بنیادی هستند و همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود. سطح معنی داری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین ماتریس همبستگی بین گویه ها، ماتریس همانی و یا واحد نمی باشد بدین معنی که بین مولفه های هر متغیر همبستگی بالایی وجود داشته و بین مولفه های هر متغیر با متغیر دیگر هیچ گونه همبستگی وجود ندارد.

جدول ۴. نتایج بارهای عاملی مولفه ها (سوالات پرسشنامه)

متغیرهای تحقیق	گویه	بارعاملی
موانع بازاریابی	۱	۰/۵۲
	۲	۰/۶۷
	۳	۰/۶۶
	۴	۰/۵۳
موانع قانونی	۵	۰/۶۹
	۶	۰/۴۲
	۷	۰/۵۱
	۸	۰/۴۱
موانع فرهنگی - اجتماعی	۹	۰/۴۹
	۱۰	۰/۴۱
	۱۱	۰/۵۰
	۱۲	۰/۵۹
موانع سیاسی	۱۳	۰/۶۰
	۱۴	۰/۵۹

برای تشخیص این که شاخص های اندازه گیری (متغیرهای مشاهده شده) تا چه حد برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول اند، حداقل مقدار آن باید ۰/۳ باشد (کلانتری، ۱۳۸۸). با توجه به نتایج جدول ضرایب عاملی تمامی مولفه های دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۳ هستند بنابراین هیچکدامیک از سوالات پرسشنامه حذف نمی شود و تمامی سوالات نقش تعیین کننده و بالایی در این تحقیق دارند.

- تحلیل فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: موانع بازاریابی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر معناداری دارد.

- موانع بازاریابی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر معناداری ندارد. $\mu \leq 0.3$
- موانع بازاریابی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر معناداری دارد. $\mu > 0.3$

به منظور بررسی این فرضیه، میانگین موانع بازاریابی با عدد ۳ با استفاده از آزمون t مقایسه شد و نتایج در جدول زیر درج شده است:

جدول ۵. آزمون t تک نمونه ای مربوط به فرضیه موانع بازاریابی

مقدار آزمون = ۳									
متغیر	تعداد	میانگین ($\bar{x}$)	t	درجه آزادی	سطح معناداری دو طرفه	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی اختلاف سطح پایینتر سطح بالاتر	نتیجه فرضیه	تائید
موانع بازاریابی	۵	۰.۵	۴	۱	۲	۳	۴	۵	تائید

به استناد مقادیر به دست آمده از نمونه و انجام آزمون T تک نمونه ای، همانطور که مشاهده می شود با توجه به اینکه مقدار میانگین محاسبه شده در جدول (۴-۷) برای موانع بازاریابی (۳/۲۶) از مقدار نظری ۳ بزرگتر است و همچنین سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۱) از ۰/۰۱ کمتر است. با اطمینان ۹۹ درصد فرض صفر رد و فرض مقابل تأیید می شود و نتیجه می گیریم موانع بازاریابی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد مؤثر است.

فرضیه دوم: موانع قانونی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر دارد.

- موانع قانونی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر ندارد. $\mu \leq 0.3$
 - موانع قانونی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر دارد. $\mu > 0.3$
- به منظور بررسی این فرضیه، میانگین موانع قانونی با عدد ۳ با استفاده از آزمون t مقایسه شد و نتایج در جدول (۴-۸) درج شده است:

جدول ۶. آزمون t تک نمونه ای مربوط به فرضیه دوم موانع قانونی

مقدار آزمون = ۳									
متغیر	تعداد	میانگین ($\bar{x}$)	t	درجه آزادی	سطح معناداری دو طرفه	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی اختلاف سطح پایینتر سطح بالاتر	نتیجه فرضیه	موانع قانونی
موانع قانونی	۵	۰.۵	۴	۱	۲	۳	۴	۵	تائید

به استناد مقادیر به دست آمده از نمونه و انجام آزمون T تک نمونه ای، همانطور که مشاهده می شود با توجه به اینکه مقدار میانگین محاسبه شده در جدول (۴-۸) برای موانع قانونی (۳/۲۹) از مقدار نظری ۳ بزرگتر است و همچنین سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۱) از ۰/۰۱ کمتر است. با اطمینان ۹۹ درصد فرض صفر رد و فرض مقابل تأیید می شود و نتیجه می گیریم موانع قانونی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد مؤثر است.

فرضیه سوم: موانع فرهنگی - اجتماعی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر دارد.

- موانع فرهنگی - اجتماعی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر ندارد. $\mu \leq 0.3$
 - موانع فرهنگی - اجتماعی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر دارد. $\mu > 0.3$
- به منظور بررسی این فرضیه، میانگین موانع فرهنگی - اجتماعی با عدد ۳ با استفاده از آزمون t مقایسه شد و نتایج در جدول (۴-۹) درج شده است:

جدول ۷. آزمون t تک نمونه ای مربوط به فرضیه سوم موانع فرهنگی - اجتماعی

مقدار آزمون = ۳									
متغیر	تعداد	میانگین ($\bar{x}$)	t	درجه آزادی	سطح معناداری دو طرفه	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی اختلاف سطح پایینتر سطح بالاتر	نتیجه فرضیه	موانع فرهنگی - اجتماعی
موانع فرهنگی - اجتماعی	۵	۰.۵	۴	۱	۲	۳	۴	۵	تائید

به استناد مقادیر به دست آمده از نمونه و انجام آزمون T تک نمونه ای، همانطور که مشاهده می شود با توجه به اینکه مقدار میانگین محاسبه شده در جدول ۹-۴ برای موانع فرهنگی - اجتماعی (۳/۲۴) از مقدار نظری ۳ بزرگتر است و همچنین سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۱) از ۰/۰۱ کمتر است. با اطمینان ۹۹ درصد فرض صفر رد و فرض مقابل تایید می شود و نتیجه می گیریم موانع فرهنگی - اجتماعی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد موثر است.

فرضیه چهارم: موانع سیاسی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر دارد.

- موانع سیاسی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر ندارد. $\mu \leq 0. H: 3$
 - موانع سیاسی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر دارد. $\mu > 1. H: 3$
- به منظور بررسی این فرضیه، میانگین بعد موانع سیاسی با عدد ۳ با استفاده از آزمون t مقایسه شد و نتایج در جدول (۱۰-۴) درج شده است:

جدول ۸. آزمون t تک نمونه ای مربوط به فرضیه چهارم موانع سیاسی

مقدار آزمون=۳									
متغیر	تعداد	میانگین ($\bar{x}$)	t	درجه آزادی	سطح معناداری دو طرفه	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵		نتیجه فرضیه
							درصدی اختلاف		
							سطح پایتتر	سطح بالاتر	
موانع سیاسی	۵	۰.۵	۴	۱	۲	۳	۴	۵	تائید

به استناد مقادیر به دست آمده از نمونه و انجام آزمون T تک نمونه ای، همانطور که مشاهده می شود با توجه به اینکه مقدار میانگین محاسبه شده در جدول (۱۰-۴) برای موانع سیاسی (۳/۴۵) از مقدار نظری ۳ بزرگتر است و همچنین سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۱) از ۰/۰۱ کمتر است. با اطمینان ۹۹ درصد فرض صفر رد و فرض مقابل تایید می شود و نتیجه می گیریم موانع سیاسی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد موثر است.

فرضیه پنجم: موانع مدیریتی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر دارد.

- موانع مدیریتی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر ندارد. $\mu \leq 0. H: 3$
 - موانع مدیریتی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تاثیر دارد. $\mu > 1. H: 3$
- به منظور بررسی این فرضیه، میانگین موانع مدیریتی با عدد ۳ با استفاده از آزمون t مقایسه شد و نتایج در جدول زیر درج شده است:

جدول ۹. آزمون t تک نمونه ای مربوط به فرضیه پنجم موانع مدیریتی

مقدار آزمون=۳									
متغیر	تعداد	میانگین $(\bar{x})$	t	درجه آزادی	سطح معناداری دو طرفه	تفاوت میانگین ها	فاصله اطمینان ۹۵		نتیجه فرضیه
							درصدی اختلاف		
							سطح پاییتتر	سطح بالاتر	
موانع مدیریتی	۵	۰.۵	۴	۱	۲	۳	۴	۵	تائید

به استناد مقادیر به دست آمده از نمونه و انجام آزمون T تک نمونه ای، همانطور که مشاهده می شود با توجه به اینکه مقدار میانگین محاسبه شده در جدول (۱۱-۴) برای موانع مدیریتی (۳/۱۸) از مقدار نظری ۳ بزرگتر است و همچنین سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۱) از ۰/۰۱ کمتر است. با اطمینان ۹۹ درصد فرض صفر رد و فرض مقابل تایید می شود و نتیجه می گیریم موانع مدیریتی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد موثر است.

نتایج آزمون فریدمن

آزمون فریدمن جهت اولویت بندی و رتبه بندی موانع موثر در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد بر اساس بیشترین درجه اهمیت آنها در مولفه مورد بررسی می باشد. برای بررسی ادعای یکسان بودن رتبه بندی متغیرها، فرض های زیر مطرح می شوند:

- H_0 : اولویت متغیرها یکسان است (میانگین متغیرها اختلاف معناداری با هم ندارند).
- H_1 : دست کم دو اولویت متفاوتند (میانگین متغیرها اختلاف معناداری با هم دارند)

جهت بررسی رابطه بالا از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. چنانچه سطح پوشش آماره ازمون کمتر از سطح معنی داری (۰/۰۵) باشد، فرض صفر رد شده و ادعای یکسان بودن رتبه (اولویت) متغیرها پذیرفته نمی شود.

جدول ۱۰. میانگین رتبه فرضیه

اولویت رتبه	میانگین رتبه	متغیر های تحقیق
۴	۲,۹۰	موانع بازاریابی
۱	۳,۰۴	موانع قانونی
۳	۲,۹۲	موانع فرهنگی - اجتماعی
۲	۳,۳۸	موانع سیاسی
۵	۲,۷۶	موانع مدیریتی

جدول ۱۱. نتایج آزمون فریدمن

۲۶۳	حجم نمونه آماری
۲۵,۶۱	آماره کی دو
۴	درجه آزادی
۰,۰۰۱	سطح معنا داری

همانطور که مشاهده می شود سطح پوشش آماره آزمون فریدمن (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می باشد و این به معنی تفاوت بین عوامل هاست، بعبارت دیگر فرض یک، که وجود دست کم دو الویت متفاوت را تعریف می کرد، پذیرفته و فرض مقابل آن رد می شود. قابل ذکر است که موانع قانونی و بعد از آن موانع سیاسی بیشترین تاثیر را در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد دارد و موانع مدیریتی کمترین تاثیر را در حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد دارد.

بحث و نتیجه گیری

تبیین فرضیه ها

فرضیه اول: موانع بازاریابی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تاثیر معناداری دارد. در تبیین این فرضیه میتوان گفت که نتایج آن با نتایج پژوهش های منصوری (۱۴۰۲)، شریفی و دهقان قهفرخی (۱۴۰۰)، منصوری (۱۴۰۲)، خاوری و همکارانش (۱۳۹۷)، ادی و کلون کوک (۲۰۱۹) همسو می باشد. لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت. موانع فرعی زیرمجموعه موانع بازاریابی به ترتیب اولویت:

- ورزش مدارس پوشش رسانه ای مناسبی نمی شود.
- ورزش مدارس قابلیت درآمدزایی مناسبی ندارد.
- رویدادهای ورزشی در حوزه ورزش مدارس مخاطب چندانی ندارد.
- برندسازی از طریق سرمایه گذاری در ورزش مدارس مقدور نیست.

بر این اساس مشخص است که از بعد مدیریت بازاریابی، عدم پوشش رسانه ای ورزش مدارس یکی از موانع اصلی جذب حامی مالی می باشد.

فرضیه دوم: موانع قانونی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تأثیر معناداری دارد. در تبیین این فرضیه میتوان گفت که نتایج آن با نتایج پژوهش های منصوری (۱۴۰۲)، شریفی و دهقان قهفرخی (۱۴۰۰)، خاوری و همکارانش (۱۳۹۷) همسو می باشد. لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت.

موانع فرعی زیرمجموعه موانع قانونی به ترتیب اولویت:

- حقوق مالکیت معنوی حامیان مالی حفظ نمی شود.
- در تشویق بنگاه های اقتصادی برای سرمایه گذاری در ورزش مدارس خلاء قانونی وجود دارد.
- چارچوب های قراردادی مشخص و دقیقی برای همکاری مدارس با حامیان مالی در حوزه ورزش وجود ندارد.

بر این اساس مشخص است که از بعد موانع قانونی، اصلی ترین مانع عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی در کشور می باشد. علاوه بر این، مانع دیگر عدم وجود مشوق های قانونی برای ترغیب شرکت ها و بنگاه های اقتصادی به حمایت از ورزش مدارس است. همچنین، مانع بعدی در زمینه حمایت حامیان مالی از ورزش مدارس، نبود چارچوب های قراردادی استاندارد و تصمیم گیری های سلیقه ای در این حوزه می باشد. این نتیجه با نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط جهان تاب نژاد (۱۳۹۶)، و محمودی (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

فرضیه سوم: موانع فرهنگی - اجتماعی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویر احمد تاثیر معناداری دارد.

در تبیین این فرضیه میتوان گفت که نتایج آن با نتایج پژوهش های منصوری (۱۴۰۲)، شریفی و دهقان قهفرخی (۱۴۰۰)، منصوری (۱۴۰۲)، خاوری و همکارانش (۱۳۹۷)، قنبری فیروز آبادی و همکاران (۱۳۹۶) همسو می باشد. لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت.

موانع فرعی زیرمجموعه موانع فرهنگی - اجتماعی به ترتیب اولویت:

- جامعه ایران هنوز به اهمیت ورزش مدارس واقف نیست.
 - حامیان مالی از مسئولیت اجتماعیشان در حوزه ورزش مدارس غافل هستند.
 - جامعه با تنش‌ها و بحران‌های اقتصادی شدیدی مواجه می‌باشد که توجه به ورزش مدارس را تقریباً غیرممکن ساخته است.
- بر این اساس مشخص است که از بعد فرهنگی-اجتماعی، مهمترین مانع در جذب حامی مالی برای ورزش مدارس این است که متأسفانه در جامعه ما به این حوزه اهمیت چندانی داده نمی‌شود. علاوه بر این، حامیان مالی نیز به مسئولیت اجتماعی خود در این حوزه واقف نیستند. همچنین، مشکلات کلان اقتصادی کشور نیز مزید بر علت شده و باعث شده است تا حمایت از ورزش مدارس روز به روز کمرنگ‌تر شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط جهان تاب نژاد (۱۳۹۶)، محمودی (۱۳۹۶)، قنبری و رضایی علی‌آبادی (۱۳۹۵)، همخوانی دارد.
- فرضیه چهارم: موانع سیاسی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر معناداری دارد.
- در تبیین این فرضیه میتوان گفت که نتایج آن با نتایج پژوهش‌های منصوری (۱۴۰۲)، شریفی و دهقان قهفرخی (۱۴۰۰)، منصوری (۱۴۰۲)، خاوری و همکارانش (۱۳۹۷) همسو می‌باشد. لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت.
- موانع فرعی زیرمجموعه موانع سیاسی به ترتیب اولویت:
- تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران بر روی همه جنبه‌ها ورزشی از جمله ورزش مدارس تأثیرگذار بوده است.
 - وزارت آموزش و پرورش در برقراری ارتباطات سیاسی و حاکمیتی با دیگر وزارتخانه‌ها و نهادها ضعیف می‌باشد.
- بر این اساس مشخص است که از بعد سیاسی، مهمترین مانع در جذب حامی مالی برای ورزش مدارس رو به رو بودن کشور با تحریمی‌های گسترده بین‌المللی و کاهش توان اقتصادی کشور است. علاوه بر این، در سال‌های اخیر مشخص شده است که متأسفانه وزارت آموزش و پرورش نیز در برقراری ارتباطات سیاسی و حاکمیتی با دیگر وزارتخانه‌ها و نهادها نیز بسیار ضعیف عمل کرده و نتوانسته است از طریق این گونه تعاملات، حمایت بیشتری را به سمت ورزش مدارس جلب کند. علاوه بر این، حامیان مالی نیز به مسئولیت اجتماعی خود در این حوزه واقف نیستند. همچنین، مشکلات کلان اقتصادی کشور نیز مزید بر علت شده و باعث شده است تا حمایت از ورزش مدارس روز به روز کمرنگ‌تر شود. این نتیجه با نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط محمودی (۱۳۹۶) همخوانی دارد.
- فرضیه پنجم: موانع مدیریتی بر حمایت مالی از ورزش استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر معناداری دارد.
- در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که نتایج آن با نتایج پژوهش‌های منصوری (۱۴۰۲)، شریفی و دهقان قهفرخی (۱۴۰۰)، منصوری (۱۴۰۲) و خاوری و همکارانش (۱۳۹۷) همسو می‌باشد. لذا فرضیه اول مورد تأیید قرار گرفت. اما نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های منصور پور (۲۰۰۷) که در نتایج پژوهش خود بیان می‌کند که جایگاه مناسب علائم تبلیغاتی در ورزشگاه‌ها موجب افزایش پوشش رسانه‌ای آن‌ها و در نهایت جذب بیشتر حامیان مالی می‌شود و عامل اقتصادی جز عوامل بعدی تأثیرگذار در توسعه حامیان مالی از ورزش بانوان دارد. بنابراین با نتایج تحقیق حاضر همسو نمی‌باشد که احتمالاً عدم همسویی به دلیل تفاوت در جامعه آماری و تمرکز این تحقیق بر ورزش قهرمانی می‌باشد.
- موانع فرعی زیرمجموعه موانع مدیریتی به ترتیب اولویت:
- متولیان ورزش مدارس در استان کهگیلویه و بویراحمد به اصول و راهکارهای جذب حامیان مالی واقف نیستند.
 - عدم ثبات مدیریتی باعث بی‌میلی حامیان مالی جهت سرمایه‌گذاری در ورزش مدارس استان کهگیلویه و بویراحمد شده است.
- بر این اساس مشخص است که از بعد مدیریتی، مهمترین مانع در جذب حامی مالی برای ورزش مدارس عدم آشنایی متولیان امر در استان کهگیلویه و بویراحمد از چگونگی مذاکره و جذب حامیان مالی می‌باشد. علاوه بر این، عدم ثبات مدیریتی در حوزه ورزش مدارس استان کهگیلویه و بویراحمد، یک آفت جدی در این حوزه می‌باشد که باعث شده برنامه ریزی دقیقی در این زمینه صورت نگیرد. این نتیجه با نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط محمودی (۱۳۹۶) همخوانی دارد.
- در انتها پژوهش حاضر نشان داد که موانع سیاسی و قانونی جز مقوله‌های اصلی حامیان مالی از ورزش مدارس می‌باشد. با همه اهمیت و ارزشی که مباحث مدیریتی و قانونی برای خود دارد، اما در ورزش به دلایل مختلف مورد توجه خاص و علمی قرار نگرفته است، هنوز مضامین واقعی بازاریابی ورزشی برای جامعه ورزشی ما ناشناخته است. نبود متخصصان بازاریابی ورزشی در فدراسیون‌ها، هیئت‌ها و باشگاه‌ها موجب شده تا مسئولان آن‌ها در خصوص مبحث حامیان مالی توجهی نبوده و به تبع آن قادر به جذب هیچ حامی مالی نیز نباشند. پژوهش حاضر نشان داد که موانع بازاریابی و مدیریتی جز مقوله‌های آخری در زمینه موانع حامیان مالی از ورزش مدارس می‌باشند. حمایت مالی یکی از ابزارهای برقراری ارتباط در بازاریابی است. در بازارهای امروزی شرکت‌ها به دنبال روش‌های جدید برای فعالیت‌های بازاریابی خود هستند و سعی می‌کنند به نحوی خود را از رقبا متمایز کنند و سهم بازار و فروش خود را افزایش دهند و بدین منظور هزینه‌های هنگفتی را صرف این کار می‌کنند. در واقع یکی از مهمترین و مؤثرترین عناصری که موجب پیوند رویدادهای ورزشی و اقتصاد شده است، موضوع حمایت مالی ورزشی به عنوان یک روش تبلیغاتی برای شرکت‌های حامی مالی است. در ایران بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی، قسمتی از باشگاه‌های ورزشی باید خصوصی و درآمدزا شوند اما تا کنون این قوانین به طور کامل اجرا نشده‌اند، همچنین نبود قوانین مهمی چون کپی رایت که بستر ساز حمایت مالی است، باعث بی‌رغبتی حامیان مالی می‌شود. تدوین قوانین و مشوقهائی برای حامیان مالی، بدون تردید علاقه‌مندی آن‌ها انجام حمایت مالی از ورزش افزایش خواهد داد و به آن‌ها اطمینان بیشتری برای دستیابی به اهداف خود خواهد بخشید.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج حاصله از تحقیق و در جهت بهبود حمایت مالی از ورزش مدارس در استان کهگیلویه و بویر احمد و حتی در کل کشور، به مدیران ارشد وزارت آموزش و پرورش و وزارت ورزش و جوانان پیشنهاد می شود:

- تدابیری برای پوشش رسانه ای ورزش مدارس در نظر گرفته شود.
- راهکارهای درآمدزایی ورزش مدارس شناسایی و عملیاتی شوند.
- تبلیغات گسترده ای بر روی رویدادهای ورزشی در حوزه ورزش مدارس انجام شود.
- زمینه های برندسازی از طریق سرمایه گذاری در ورزش مدارس برای حامیان مالی فراهم گردد.
- حقوق مالکیت معنوی در حوزه ورزش کشور به رسمیت شناخته شود و برای آن ضمانت های اجرایی طراحی گردد.
- خلاءهای قانونی جهت تشویق بنگاه های اقتصادی برای سرمایه گذاری در ورزش مدارس شناخته شده و مرتفع گردند.
- چارچوب های قراردادی مشخص و دقیقی برای همکاری مدارس با حامیان مالی در حوزه ورزش تدوین گردد.
- اهمیت ورزش مدارس در جامعه برجسته شود.
- مسئولیت اجتماعی حامیان مالی در حوزه ورزش دانش آموزی به آن ها یادآوری گردد.
- وزارت آموزش و پرورش ارتباطات سیاسی و حاکمیتی مؤثری را با دیگر وزارتخانه ها و نهادها جهت حمایت از ورزش مدارس برقرار کند.
- اصول و راهکارهای جذب حامیان مالی به متولیان ورزش مدارس آموزش داده شود.
- تا جای ممکن از بی ثباتی مدیریتی در حوزه ورزش مدارس اجتناب شود.

ملاحظات اخلاقی

موارد مربوط به اخلاق در پژوهش و نیز امانت داری در استناد به متون و ارجاعات مقاله تماماً رعایت گردید.

تعارض منافع

تدوین این مقاله، فاقد هرگونه تعارض منافی بوده است.

سهم نویسندگان

نگارش مقاله تماماً توسط نویسندگان بصورت مشترک و برابر انجام گرفته است.

تشکر و قدردانی

از تمام کسانی که ما را در تهیه این مقاله یاری رسانده اند، سپاسگزاریم.

تأمین اعتبار پژوهش

این پژوهش بدون تأمین اعتبار مالی سامان یافته است.

References

- Aghapour, Seyed Mehdi, Shokrani, Ibrahim (2013) Evaluation of the state of sports and physical education, Supreme Council of Cultural Revolution 2013.
- Iftikhari Ezra, Gohar Rostami Hamidar Za, Broumand Mohammadar Za. (1397). Swimming obstacles in the management of women's football in Iran. Sports management and development, number 1, pp. 71-80.
- Arin Elham, Yo Sufi Bahram, Eidi Hasin. (1397). Construction and validation of a support tool for elite female athletes in championship sports. Journal of sports management, 10th year. 2: 257-271
- Banar Noushin, Ahmadi Nasrin, Karimi Fariba. (1393). Investigating the problems of women's championship sports in Gilan province. Human resource management in sports. Number 1. pp. 11-24.
- Khavari Lili, Abbasi Hamid, Dashti Leila. (1397). Investigating the factors of lack of financial support of private industrial companies for women's championship sports (case study: Yazd city). The fourth national conference of sports sciences and physical training of Iran.
- Jahantabnejad, Abbas. (1396). Analysis of factors affecting the development of basic sports in the elementary schools of Ahvaz, Shahid Chamran University, Ahvaz, Faculty of Physical Education and Sports Sciences.
- Ramzaninejad Rahim, Melai Mina, Khalili Sayedah Leila. (1395). Swimming and prioritization of chocolates of Iranian rowing champion women athletes. Journal of human resources management in sports. 144, 2-231.
- Seyed Bagheri, Seyed Mehdi, Sharifian Ismail. (1396). Identifying and prioritizing the obstacles of private companies' financial support of championship sports. Research in sports management and movement behavior. Number 13. pp. 55-66.
- Seyed Ameri Mirhasan, Moharramzadeh Mehrdad, Bashiri Mehdi, Hadi Hamdaleh. (1388). Investigating the obstacles of attracting financial sponsors in the sports industry of West Azerbaijan province. Beyond management. Number 10. pp. 147-164.
- Sharifi, Seyed Alireza; Dehghan Qahfarkhi, Amin. (1400). Prioritization of barriers to attracting financial support for professional sports in the industrial city of Alborz (Qazvin province). Journal of Sports Management 13(1), 203-219. doi: .
- Ghafouri, Farzad et al. (2012) Studying and investigating the attitude of physical education specialists towards the role of mass media (radio, television and publications) in people's tendency towards championship sports and popular sports, article published in the specialized magazine Hakark, number 16, published in July 1978-78 .
- Ghasemi, Hamid (1389) Comparing the viewpoints of physical education managers and teachers regarding extracurricular sports problems of students in Soumesara city, Master's thesis, Azad University of Karaj branch.
- Ghanbari. Firouz Abadi Arefe, Keshkar Sara, Kargar Gholam Ali. (1396). The role of media promotion in the financial support of banks for sports. Journal of communication management in sports media. Number 18. pp. 78-89.
- Mahmoudi, Hassan. (1396). Identification of effective factors in the development of sports in case study schools: high schools (secondary) of Mazandaran province, Mazandaran University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences.
- Mansouri, Maryam. (1402). Investigating the causes of sponsors not supporting university sports (case study: Tehran universities). Management and entrepreneurship in sports
- De Corby, K., Halas, J., Dixon, S., Wintrup, L. & Janzen, H. (2005). Classroom teachers and the challenges of delivering quality physical education. The Journal of Educational Research, 98(4), 208-220.
- Gi, Yong Koo. (2006). Sport sponsorship match-up effect on consumerbased brand equity: an application of the schematic information process. Unpublished doctoral degree dissertation. Department of sports management, recreation management and physical education. Florida State University.
- Eddy, T., & Cork, B. C. (2019). Sponsorship antecedents and outcomes in participant sport settings. J International Journal of Sports Marketing Sponsorship, 20(1), 26-42.
- Gratton, C., & Taylor, P. (2000). Economics of sport and recreation: E & FN Spon Ltd.
- Hernandez, Ruben Acusta. (2002). managing sport organizations: Human Kinetics.
- Meenaghan, T. (2001). Understanding sponsorship effect, psychology & marketing, 18(2), pp: 98-122.25.